

2013.6

新闻传播
News Dissemination

各抒己见

《新周刊》封面专题特征浅析

王丹梓

【摘要】本文以《新周刊》封面专题作为研究对象，使用内容分析法，对2007年至2012年《新周刊》144期杂志封面专题的话语表达方式、选题题材特征进行分析，侧重分析它的成功之处，同时也提出它的局限。

【关键词】新周刊；封面专题；话语表达；选题题材

从1996年创刊至今，《新周刊》已走过16个年头，“中国最新锐的时事生活周刊”的定位深入人心。专题策划是它的一张名片，在网络时代阅读碎片化、浅阅读大行其道的当下，《新周刊》坚定地走专题策划、走深阅读之路，对其专题特色的研究有着重要的参考价值和借鉴意义。

本文参考郑萍《论〈新周刊〉封面专题的话语表达方式及传播效果》^[1]、李叶华《〈新周刊〉专题策划模式和特色探析》^[2]对《新周刊》封面专题表达方式的总结，结合近年来《新周刊》封面专题的话语表达特点，将《新周刊》封面专题的话语表达方式划分为口号表达式、反问式、概念式、解析式、排行式、总结报告式六种类型。根据王溪、周双在《我国杂志封面报道的话题建构和编辑特色》^[3]对我国杂志封面报道题材的划分，将《新周刊》封面专题选题题材分为社会生活类、综合时事类、文化体育类、群体人物类、情感类、经济类、媒介类、城市地域类八个类别。

1.《新周刊》封面专题的话语表达方式特征

在144期《新周刊》封面专题中，以概念式（31期）、口号表达式（29期）、解析式（29期）三种表达方式出现的次数最多，反问式、排行式、总结报告式分别出现21期、18期、16期，整体上看，六种话语表达方式分布比较均衡。

（1）概念式

《新周刊》封面专题用概念式的话语表达，体现其对新变化、新观念、新思潮、新的价值取向的洞察力。通过凝炼概念，把人们对变化和变化中产生的新生事物的认识从感性认识提升到理性认识阶段。有些概念已经演变成流行词汇，影响到人们的表达，影响到人们对一个事物的理解和界定方式，如“穷忙族”“手机人”“心媒体”等。

（2）口号表达式

口号表达式以一种强烈的情绪表达态度观点、感染受众，为受众提供《新周刊》对所选选题的基本态度和鲜明观点。如“中国不踢球”、“弱智的中国电视”等，都引起了读者共鸣。

（3）解析式

解析式的话语表达方式是对社会文化热点现象的透视和解读，体现出《新周刊》对社会文化热点独到而深刻的洞见，如“钝感的力量——许三多：浮躁社会的反义词”“青春病例——《与青春有关的日子》的非常规流行”等。

（4）反问式

“网络就是新生活？”“还有多少中国味？”。以有价值的反问、追问给了受众一个认识问题和思考问题的新角

度，启发受众对一些问题的新思考，影响和改变着受众对一些问题的固有认识和态度。

（5）排行式

在海量的信息中，有序排列信息本身就为受众提供了价值。“中国年度新锐榜”、“网络生活价值榜”、“中国电视节目榜”和“酒店魅力排行榜”等已经成为《新周刊》具有较高品牌知名度和较强影响力的媒介产品，也对时代生活、经济、文化、城市发展起到风向标的作用。

（6）总结报告式

与排行式类似，总结报告式的话语表达方式也具有资讯整合的特征。其对某一专门问题的总结概括，在阅读碎片化、浅阅读盛行的当下显得尤为可贵。其中最具有代表性的便是每年“情人节”前夕发布的“中国情爱报告”，围绕“爱情”这一永恒的话题，结合每一年的新特点、新变化，对当下青年人的爱情观进行解读与引领，也体现了《新周刊》封面专题的周期性和连贯性。

2.《新周刊》封面专题的题材特征

（1）绝对主流的“社会生活类”

从封面专题的选题题材来看，社会生活类题材占了144期中的61期，体现出《新周刊》对社会生活问题的关注。发现、挖掘、引导新的生活时尚与潮流是《新周刊》专题选题的重要来源，它保持着一种批判者的惯有姿态，更加突出体现其“新锐”风格。

（2）越走越远的“综合时事类”

在近六年144期《新周刊》封面专题中，仅有9期“综合时事类”题材，其中还包括了每年的“中国年度新锐榜”。《新周刊》总主笔肖锋在谈到《新周刊》专题的选题题材时说“在网络的冲击下，选题和时效性受到空前挑战，再快也赶不上网络速度，所以干脆不跟时效性、不跟热点。盘点近年新周刊专题，多数不跟当下热点，更多应合社会潜流。”^[4]即便如此，作为一本定位为“中国最新锐的时事生活周刊”的杂志，《新周刊》似乎跟“时事”越走越远。

除此之外，2007年至2012年144期《新周刊》专题题材还包括文化体育类（23期）、经济类（16期）、情感类（12期）、群体人物类（11期）、媒介类（7期）、地域城市类（5期）等，体现其专题题材的丰富性和多元性。■

注释：

[1] 郑萍：论《新周刊》封面专题的话语表达方式及传播效果[J].西北大学学报（哲学社会科学版），2008年5月：150-152.

[2] 李叶华：《新周刊》专题策划模式和特色探析[J].广州：暨南大学，2006年.

[3] 王溪，周双：我国杂志封面报道的话题建构和编辑特色[J].编辑之友，2011年第12期：70-72.

[4] 肖锋：《新周刊》专题策划法[J].青年记者，2007年12月下：68-71.

（作者单位：厦门大学新闻传播学院）